Envie d'accélérer votre carrière ?

- Valoriser un diplôme Bac+4/+5
- Obtenir une double-compétence
- Vous réorienter

MARKETING - NÉGOCIATION INTERNATIONALE

- Marketing, Innovation et Communication
- Négociation et Ingénierie des affaires internationales

FINANCE - CONTRÔLE

- Finance et marchés internationaux
- Gestion et fiscalité du patrimoine

STRATÉGIE - BUSINESS MANAGEMENT

- Achats et Logistique
- Conseil en organisation et gestion du changement
- Entrepreneuriat et business développement
- Management des RH et développement des compétences internationales

EXPERTISES SECTORIELLES

- Management du développement durable
- Management du sport
- Marketing du luxe

ÉTABLISSEMENT RECONNU PAR L'ÉTAT

MBA Spécialisés de l'ISG

ISG
INSTITUT SUPERIEUR DE GESTION
NEW YORK - PARIS - TOKYO

SOMMAIRE

Les atouts des MBA Spécialisés de l'ISG	Page 4
L' organisation générale des études	Page 5
Un cursus professionnalisant	Pages 6 / 7
Paroles de diplômés	Pages 8 / 9
Les référents métier	Pages 10 / 11
LE PROGRAMME DES SPÉCIALISATIONS	
Marketing - Négociation internationale	
MBA Marketing, innovation et communication	Pages 12 / 13
MBA Négociation et Ingénierie des affaires internationales	Pages 14 / 15
Finance - Contrôle	
MBA Finance et marchés internationaux	Pages 16 / 17
MBA Gestion et fiscalité du patrimoine	Pages 18 / 19
Stratégie - Business - Management	
MBA Achats et logistique	Pages 20 / 21
MBA Conseil en organisation et gestion du changement	Pages 22 / 23
MBA Entrepreneuriat et business development	Pages 24 / 25
MBA Management des RH et développement des compétences internationales	Pages 26 / 27
Expertises Sectorielles	
MBA Management du développement durable	Pages 28 / 29
MBA Management du sport	Pages 30 / 31
MBA Marketing du luxe	Pages 32 / 33
Entreprises et réseau	Pages 34 / 35
Admission, mode d'emploi	Pages 36 / 37
Les cursus de l'ISG	Pages 38

ÉDITO

LES MBA SPÉCIALISÉS DE L'ISG SONT UN ATOUT POUR TOUS CEUX QUI VEULENT OPTIMISER LEUR ENTRÉE DANS LA VIE PROFESSIONNELLE PAR UNE FORMATION COMPLÉMENTAIRE D'EXPERTISE, EN BÉNÉFICIANT DE LA MEILLEURE CONNAISSANCE DES PRATIQUES ET DE L'ÉVOLUTION DES MÉTIERS.

Les MBA Spécialisés de l'ISG sont des programmes de 3e cycle spécialisés permettant de valoriser un diplôme initial, de renforcer votre expertise dans un domaine ou un secteur pointu, d'acquérir une double compétence ou de vous préparer à la création ou à la reprise d'entreprise.

Depuis plus de 40 ans, l'ISG forme des managers internationaux, compétents professionnellement, rapidement opérationnels, prêts à prendre des responsabilités au sein des entreprises et à réussir dans la société de la connaissance et de l'information, des réseaux ouverts et multiples, et de la mondialisation. Envie d'entreprendre, créativité, ouverture au monde et confiance en soi sont les 4 piliers fondateurs de l'ISG.

Les MBA Spécialisés de l'ISG accueillent des étudiants en poursuite de cursus comme des professionnels en activité. Cette mixité est une source d'enrichissement pour tous les participants. La taille humaine des promotions et l'enseignement professionnalisant dispensé par des professionnels, favorisent également les échanges et la création d'un réseau de solidarité. Les participants sont invités à travailler en équipe sur des projets transversaux et sont accompagnés dans leur insertion professionnelle sous forme d'ateliers et d'entretiens individuels de développement personnel.
La mission en entreprise longue durée et la thèse professionnelle traitant d'une problématique d'entreprise permettent aux participants des programmes de MBA Spécialisés de développer un réseau professionnel et une expertise tournée vers les entreprises, que ce soit en finance, en marketing, en RH, en développement durable, en luxe ou en sport.

Les participants des MBA Spécialisés de l'ISG sont intégrés au réseau des Anciens ISG Alumni, fort de 19 000 membres au travers de nombreuses délégations en France et à l'étranger, véritables ambassades permettant de bénéficier de la puissance la communauté ISG, même au bout du monde.

Valérie Dulieu, Directeur du 3e cycle

LES ATOUTS DES MBA SPÉCIALISÉS DE L'ISG

Les MBA sont des programmes d'expertise destinés à former des professionnels rapidement opérationnels et en phase avec les attentes des entreprises. Les programmes allient parcours académique et étude de cas concrets.
Intégrer un MBA Spécialisé de l'ISG, c'est opter pour :

UNE INSERTION PROFESSIONNELLE FACILITÉE

- Accompagnement individualisé par un consultant RH
- Puissance du réseau international de 19 000 Anciens Élèves de l'ISG (4e école de commerce en terme d'Alumni répertoriés dans le Who's Who)
- Proximité avec le monde de l'entreprise : conférences, rencontres avec des professionnels, visites d'entreprises...

UNE FORMATION DE QUALITÉ RECONNUE

- 4 MBA Spécialisés classés en 2012 par le cabinet SMBG parmi les meilleures formations de leur catégorie
- La transmission des meilleures pratiques en entreprises grâce aux 150 intervenants, professionnels en activité et professeurs-chercheurs spécialistes du secteur d'expertise
- 11 spécialisations pointues et en phase avec les attentes des entreprises

L'ISG EN BREF

L'enseignement en MBA Spécialisés est nourri des 45 ans d'expérience d'une Grande École de Management reconnue et délivrant le Grade Master. Les étudiants bénéficient de l'excellence académique des enseignants-chercheurs et de l'ensemble des infrastructures et services de l'ISG.

Établissement d'Enseignement Supérieur reconnu par l'État
Création : 1967
Grade de Master, diplôme Bac+5 visé par l'État
19 000 Anciens Elèves, dont 1/4 travaillent à l'étranger
1 650 étudiants (50 nationalités sur le campus)
68 universités partenaires dans 31 pays

L'ISG est accrédité par :
- IACBE, International Assembly for Collegiate Business Education
- ACBSP, Association of Collegiate Business Schools and Programs

L'ISG est membre de :
- AACSB, Associate to Advance Collegiate Schools of Business
- EFMD, European Foundation for Management Development
- CLADEA, Consejo LatinoAmericano de Escuelas de Administración
- AmCham, American Chamber of Commerce in France
- UGEI, Union des Grandes Écoles Indépendantes

L'ISG appartient à IONIS Education Group, leader de l'enseignement supérieur privé en France, avec 18 écoles, 17 000 étudiants et 60 000 anciens élèves.

L'ORGANISATION GÉNÉRALE DES ÉTUDES

Les enseignements en MBA Spécialisés répondent à plusieurs objectifs :

- Préparer les participants à un métier précis, nécessitant une spécialisation fonctionnelle ou sectorielle pointue
- Se spécialiser dans un domaine d'expertise et développer des compétences en bénéficiant de la meilleure connaissance des pratiques dans chaque métier ou secteur
- Acquérir les compétences nécessaires pour répondre aux problématiques actuelles des entreprises

	FIN OCTOBRE - AVRIL (*)	MAI - OCTOBRE
ENSEIGNEMENT	**Cours de spécialisation dans un des 11 MBA Spécialisés de l'ISG** (consulter le programme détaillé de chaque spécialisation) **Cours transversaux de management :** • Simulation de gestion d'entreprise • Éthique des affaires • Gouvernance • Gestion de la performance : juridique, financière, humaine et gestion des risques **Cours d'anglais des affaires** (par niveau) **Ateliers d'insertion professionnelle**	**Thèse professionnelle tutorée** (centrée sur une problématique d'entreprise)
MISSION EN ENTREPRISE	**Possibilité de mission en entreprise à temps partiel** (contrat de professionnalisation, stage conventionné ...)	**Mission en entreprise à temps plein** (6 mois - stage, CDD, CDI - contrat de professionnalisation)

(*) La rentrée de certaines spécialisations peut avoir lieu en janvier, le cursus se déroule alors de janvier à décembre.

SERVICE WEB

Tous les étudiants de l'ISG ont accès à un portail web dédié, permettant un partage d'informations en temps réel avec les responsables pédagogiques et la consultation en ligne des emplois du temps, de ressources documentaires, d'offres de stages...
Tous les participants de MBA Spécialisés bénéficient également d'un accès à une bibliothèque virtuelle.

UN CURSUS PROFESSIONNALISANT

UNE FORMATION EN PHASE AVEC LES ENTREPRISES

Chaque spécialisation est placée sous la coordination d'un référent, garant de sa pertinence professionnelle et pédagogique.
Leurs connaissances des pratiques actuelles en entreprise et des spécificités métier leur permettent de concevoir des programmes en phase avec les attentes des recruteurs.
Les référents métier sont également une précieuse source d'informations et de contacts pour les participants. Ils sont en mesure de mobiliser leur réseau professionnel, afin de proposer des intervenants de qualité au sein de la formation.

CONSEIL DE SURVEILLANCE DE L'ISG

Président : Marc Sellam
Vice-président : Fabrice Bardèche
Membres :
• Christophe de Backer, Directeur général HSBC
• Loïc Saluden, Président de l'Association ISG Alumni, Senior Consultant Hudson
• Olivier Bouygues, Directeur Général Délégué du groupe Bouygues
• Nicolas Mérindol, Vice Président de Leonardo & Co
• Franck Mougin, Directeur des Ressources Humaines et du Développement Durable de Vinci, Membre du conseil exécutif de Vinci
• Alain de Pouzilhac, Président de l'Audiovisuel Extérieur de la France

UNE PÉDAGOGIE DE L'ACTION

La grande majorité des cours est dispensée par les meilleurs professionnels des secteurs concernés. Interviennent également des enseignants-chercheurs et consultants spécialistes du domaine.
Le nombre d'intervenants professionnels par spécialisation et la diversité de leurs expériences permettent aux étudiants de bien appréhender les enjeux des principales entreprises de leur domaine de spécialisation.
Les promotions à taille humaine facilitent les échanges entre les participants et avec les intervenants.
La mise en pratique est au cœur de la pédagogie et prend différentes formes : jeux d'entreprise, études de cas, visites d'entreprises, conférences professionnelles, tables-ronde métiers, conduite de projets en équipe... De nombreuses opportunités de nouer des liens privilégiés avec des professionnels sont offertes aux participants.

LA THÈSE PROFESSIONNELLE

Pendant la période de mission en entreprise, les participants aux programmes MBA Spécialisés réalisent une thèse professionnelle. Il s'agit d'un véritable projet d'action qui traite d'une problématique d'entreprise et débouche sur l'élaboration de recommandations concrètes. Le sujet peut être lié à une mission particulière en entreprise ou être d'intérêt plus général. La thèse professionnelle doit être validée par un tuteur choisi parmi les intervenants, ce tuteur assurant le suivi méthodologique pendant toute la période. La thèse professionnelle fait l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance devant un jury en octobre.

Une immersion en entreprise

Possibilité d'alternance école / entreprise

D'octobre à avril, la formation est organisée sous forme de séminaires 3 jours par semaine (jeudi, vendredi, samedi), afin d'être compatible avec la poursuite d'une activité professionnelle, d'un projet spécifique ou pour favoriser une insertion en entreprise à temps partiel.

Les participants peuvent bénéficier de convention de stage à temps partiel ou de contrat de professionnalisation pendant cette période.
À partir de mai, les participants effectuent une mission en entreprise à temps plein de 6 mois. La mission en entreprise a pour vocation de permettre aux étudiants de mettre en pratique les enseignements reçus au cours du MBA Spécialisé.

Elle peut donner lieu à une convention de stage ou correspondre à la poursuite d'une activité professionnelle à temps plein ou à une nouvelle activité (CDD, CDI).
Elle peut aussi être la poursuite d'une activité à temps partiel débutée dans le cadre du MBA Spécialisé (sous forme de stage conventionné ou de contrat de professionnalisation). À l'issue de cette période de 6 mois, les étudiants ont un entretien individuel avec le consultant RH, afin de faire le point sur cette mission et la valoriser dans le cadre de leur parcours professionnel.

Un coaching insertion professionnelle

Les étudiants des MBA Spécialisés de l'ISG bénéficient d'un accompagnement individuel, assuré par un consultant en cabinet RH et par le référent pédagogique de chaque spécialisation qui les accompagnent dans leur choix d'orientation et dans la construction de leur projet professionnel. Le cabinet RH aide également à rédiger CV et lettre de motivation et à préparer aux entretiens de recrutement.
Cet accompagnement est organisé en 3 étapes.

- La première phase débute par la construction du projet professionnel. Les étudiants sont invités à présenter et à débattre de leur projet au sein de petits groupes, constitués en fonction des âges et des objectifs, et en présence du consultant. Le projet est ensuite approfondi avec le référent dans le cadre d'un cours transversal. Les étudiants peuvent ainsi aborder leur spécialisation avec un projet clair, favorisant les échanges productifs avec le référent et les différents intervenants professionnels.

- Les étudiants rédigent leur CV et lettre de motivation avec les conseils du consultant.

- Les étudiants identifient, avec l'aide du consultant et du référent pédagogique de leur MBA Spécialisé, des entreprises-cibles. Ils bénéficient des offres de stages et d'emploi de l'ISG et des liens forts noués avec le monde des entreprises. Ils sont enfin préparés à utiliser intelligemment leur réseau et bénéficient de séances individuelles de coaching de préparation aux entretiens.

PAROLES DE DIPLÔMÉS

QUENTIN PUBELLIER

MBA Spécialisé Management du Développement Durable

Pendant 4 ans et grâce à son cursus généraliste à l'ESME Sudria, j'ai appréhendé les différents métiers de l'ingénieur avant de me spécialiser en " énergie ". Dans un monde où les questions de réchauffement climatique, de pénurie énergétique et de développement durable sont sur toutes les lèvres, c'était pour moi un secteur d'avenir. C'est justement ces dernières problématiques qui m'ont encouragé à compléter mes études avec un MBA Spécialisé en Management du Développement Durable à l'ISG. Ce MBA m'a énormément appris. Outre le programme complet et l'implication des professeurs, la grande diversité de profils qui constituait l'audience entraînait des échanges très enrichissants. De plus, nous avons bénéficié d'un véritable accompagnement à l'insertion professionnelle grâce au réseau des professeurs et avec l'intervention d'un coach de carrière.

Le profil Ingénieur doté de compétences managériales et commerciales est très demandé sur le marché du travail, je n'ai donc eu aucun souci pour trouver un stage au sein du Groupe Altran, en tant que Consultant en Développement Durable, je travalle actuellement à Singapour, pour Petroval sur la zone Asie / Océanie.

CHARLOTTE ROCHELLE

MBA Spécialisé Conseil en organisation et gestion du changement

Diplômée d'un Master en Nouvelles Technologies et Management d'une école de commerce en 2010, j'ai rapidement intégré un cabinet de conseil en systèmes d'informations spécialisés en finance de marché. Suite à une première mission dont le but était de faire collaborer des parties prenantes qui étaient des concurrents historiques, j'ai ressenti des manques de compétence au niveau de la gestion humaine de ce projet. Je me suis donc intéressée aux MBA Spécialisés. Mon choix de l'ISG a été orienté par la possibilité de suivre des cours en alternance (aspect indispensable pour le cabinet), la forte orientation pratique et le focus sur le domaine qui me tenait particulièrement à cœur, à savoir la gestion du changement. Le programme s'est découpé en deux phases: d'abord la stratégie et les raisons qui poussent les entreprises à changer (approche macro), puis la gestion du changement au sein de l'entreprise et des acteurs du changement (approche micro). J'ai apprécié « la montée en puissance » du programme qui m'a fait appréhender de la décision du changement à la gestion de conflit et aux relations humaines. Le fait que le MBA se déroule en alternance m'a permis de mettre en application et de tester rapidement les différents outils appréhendés durant les cours. Enfin les cours dispensés par des professionnels offrent plus que des présentations d'outils et de méthodes mais de vrais retours d'expérience.

ELLIE TSARANTANIS

MBA Spécialisé Marketing du Luxe

Passionnée par le secteur de l'hôtellerie, j'ai suivi pendant quatre ans et demi des études à l'Ecole Hôtelière de Lausanne. Je voulais poursuivre mon cursus afin de recevoir une préparation de haut niveau dans le domaine de la gestion d'entreprise et de l'industrie du luxe. Le MBA Marketing de Luxe de l'ISG Paris m'a permis de bénéficier d'une formation théorique et pratique et d'explorer le luxe dans sa globalité en analysant différents secteurs tels que : la maroquinerie, la joaillerie, l'horlogerie...

J'ai particulièrement apprécié les intervenants tout au long du programme. Cela m'a permis d'avoir un point de vue concret de la situation et de commencer à construire un carnet d'adresses.

De plus l'ISG se trouve dans la capitale de la mode et du luxe. Afin de savoir ce qu'il se passe sur le terrain, nous avons eu l'occasion de faire plusieurs visites : l'atelier et centre de distribution (Louis Vuitton), diverses boutiques de luxe et palaces parisiens.

Le programme MBA Marketing de luxe m'a permis d'acquérir les compétences nécessaires à la concrétisation de mes projets professionnels. L'obtention d'un tel diplôme est un réel avantage compétitif au sein du secteur du luxe.

STÉPHANIE PEREZ

MBA Spécialisé Gestion et fiscalité du patrimoine

Après avoir obtenu un Master en Droit Economique et des Affaires à l'Université Nice Sophia Antipolis, j'ai fait le choix d'intégrer l'ISG. Je me suis inscrite dans le MBA spécialisé en gestion de patrimoine afin d'approfondir et de préciser mes compétences juridiques et fiscales et d'acquérir des connaissances financières. Mon projet professionnel étant d'obtenir un poste de gestionnaire de patrimoine, cette formation me permettait de réunir un solide bagage et d'excellentes aptitudes pour y parvenir.

Ce MBA a parfaitement répondu à mes attentes : non seulement les notions théoriques furent étudiées en profondeur, mais elles ont surtout été appliquées à des cas concrets. Cela m'a permis d'être immédiatement opérationnelle lors de mon stage de fin d'études qui, de ce fait, s'est transformé en embauche en tant que gestionnaire de patrimoine sur le pôle LCL Banque Privée de Versailles. Depuis je mets en pratique, dans mon travail quotidien, tout ce que j'ai appris à l'ISG.

LES RÉFÉRENTS MÉTIERS

MARKETING - NÉGOCIATION INTERNATIONALE

	Débouchés	Référent	Page
Marketing, Innovation et Communication	• Chef de produit • Chef de publicité • Responsable Communication • Fonctions commerciales et stratégiques en agence de communication • Fonctions marketing, communication, vente chez l'annonceur	**Bertrand Adeline** Sciences Politiques Paris et DESS de Communication audiovisuelle Consultant en marketing, communication et médias	12 / 13
Négociation et Ingénierie des affaires internationales	• Ingénieur d'affaires à l'international • Manager de projet à l'international • Responsable de zone export • Négociateur international • Responsable de développement international	**Joselyne Studer Laurens** DEA Paris X Présidente du Centre de Techniques Internationales	14 / 15

FINANCE - CONTRÔLE

	Débouchés	Référent	Page
Finance et marchés internationaux	• Métiers de la finance des marchés et de la finance d'entreprise • Analyse financière, trading, arbitrage, gestion de portefeuille, back-office • Ingénierie financière, trésorerie et financement d'entreprise	**Joselyne Studer Laurens** DEA Paris X Présidente du Centre de Techniques Internationales **Valérie Dulieu** ESSEC (90) et Master recherche Panthéon Sorbonne	16 / 17
Gestion et fiscalité du patrimoine	• Conseiller en Gestion de Patrimoine Indépendant • Auditeur dans les techniques de transmission d'entreprises • Conseiller clientèle en banque privée et gestion de fortune	**Marie Hélène Delage** Docteur en droit fiscal Consultante fiscaliste	18 / 19

STRATÉGIE - BUSINESS MANAGEMENT

	Débouchés	Référent	Page
Achats et Logistique	• Responsable des opérations supply chain • Responsable commercial dans une entreprise de logistique • Manager supply chain dans l'industrie, les services ou la grande distribution • Consultant achats / logistique	**Marc Lafond** Consultant en transport international et logistique	20 / 21
Conseil en organisation et gestion du changement	• Chef de projets • Consultant junior en conseil stratégique ou en organisation, interne ou externe • Manager des systèmes d'informations en entreprises ou cabinets de conseil • Toutes fonctions intervenant sur le pilotage de projets de changement	**Claude Chalem** MBA Strategy and international business, Washington Consultant en stratégie **Janksy Jarocki** DESS Consultant et formateur	22 / 23
Entrepreneuriat et business development	• Porteurs de projet de création ou reprise d'entreprise • Toute fonction de direction générale ou de management de PME • Intrapreneurs et managers d'activité au sein de l'entreprise	**Stéphane Dugon** ISG et Expert comptable Commissaire aux comptes	24 / 25
Management des RH et développement des compétences internationales	• Responsable RH • Chargé de recrutement • Chef de projet formation • Responsable formation • Consultant en cabinet de recrutement	**Richard Folliot** DEA droit social Manager de transition et consultant RH	26 / 27

EXPERTISES SECTORIELLES

	Débouchés	Référent	Page
Management du développement durable	• Chargé de développement durable • Chargé de RSE, • Chargé de communication responsable • Consultant en développement durable • Responsable RH diversité	**Ivan Grenetier** Ecole des Mines de Paris Consultant en développement durable	28 / 29
Management du sport	• Fonctions communication, marketing, commerciales au sein d'entreprises ayant un rapport avec le sport • Responsables de médias spécialisés (chef de publicité, chef de rubrique, éditeur, journaliste) ou de cellules spécialisées dans les médias • Gestion de toute activité ou métier ayant un lien avec le sport	**Thierry Wendling** HEC Directeur développement du centre de formation du Racing Club de Strasbourg **Michel Fareng** HEC Gérant de PSM (Conseil en marketing sportif et management de personnalités)	30 / 31
Marketing du luxe	• Responsable marketing ou communication dans une entreprise du luxe • Chargé d'étude • Responsable création et recherche • Direction opérationnelle	**Jean Claude Roustant** DESS Pantheon Sorbonne Consultant international en luxe	32 / 33

MBA marketing, innovation et communication

Référent
Bertrand Adeline

OBJECTIFS

- Former des hommes et des femmes de communication à l'aise dans un environnement et des marchés en pleine mutation
- Maîtriser les concepts fondamentaux et être ouvert aux grandes mutations actuelles
- Identifier les évolutions à venir et être capable de se positionner sur les problématiques les plus opérationnelles

DÉBOUCHÉS

- Chef de produit
- Chef de publicité
- Fonctions communication, marketing et vente chez les annonceurs
- Fonctions commerciales et stratégiques en agences de communication
- Responsable communication

Bertrand Adeline est diplômé de Sciences Po Paris et titulaire d'un DESS de Communication audiovisuelle à la Sorbonne. Ancien directeur commercial de Carat France (Aegis), il est aujourd'hui consultant en marketing, communication et médias.

PROGRAMME

MARKETING

Marchés et métiers	• Acteurs et organisations • Métiers du marketing • Métiers de la communication
Fondamentaux	• Comportement du consommateur • Etudes marketing • Sociologie et psychologie • Tendances sociétales nouvelles attentes et nouveaux comportements consommateurs
Marketing stratégique	• Stratégies d'entreprise et stratégies marketing • Quand s'internationaliser et où ? • Jusqu'où adapter les produits ? • Plan marketing international
Management marketing	• Marketing digital • Marketing relationnel,CRM et fidélisation • Marque et gestion de la marque • Marketing opérationnel
Marketing sectoriel	• Marketing high tech • Marketing expérientiel • Marketing bancaire • Marketing du luxe • Marketing du sport

COMMUNICATION

Fondamentaux	• Communication publicitaire • Relations presse et relations publiques • Communication institutionnelle • Sponsoring, mécénat et événementiel • Brand content and advertainment
Construction de la stratégie	• Conception et rédaction publicitaire • Choix des moyens de communication • e-réputation des marques et des personnes • Communication directe et internet • Médias : le monde des écrans
La révolution numérique	• Le monde numérique • Convergence et mobilité • La gestion du projet numérique • Les techniques électroniques de communication directe • Le numérique et le droit
Nouvelles approches stratégiques	• Le management global de la marque et de sa communication • La nouvelle force du planning stratégique • La communication marketing intégrée • Les stratégies "touchpoints" • La communication 360° ultra ciblée • Les nouvelles mesures de performance
Compétences juridiques	• Droit public de la communication • Droit privé de la communication
Compétences relationnelles	• Communication interpersonnelle • Organisation et conduite de réunion • Ethique

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- L'e-réputation des marques
- Impact des développements technologiques et de la délinéarisation de la consommation TV
- Fidéliser l'achat en ligne : comparaison entre les comportements des consommateurs chinois et français
- Comment les acteurs de jeux en ligne (poker) peuvent-ils attirer un public féminin plus large ?
- La communication responsable : utopie ou passage obligé ?
- Les bloggeuses et les marques

PROJET OPÉRATIONNEL

Mondialisation de la communication	• Mondialisation de la consommation et des modèles de référence • Achat d'espace international • Les différences culturelles • Les frontières abolies
Participation à un concours international	Concours international de marketing entre grandes universités et écoles : définition et mise en place de la stratégie marketing, concept, idées et créativité dans la communication, mise en place et évaluation des résultats. Le sujet est proposé par le concours.

EXEMPLES D'ENTREPRISES AYANT ACCUEILLI DES PARTICIPANTS DU MBA SPÉCIALISÉ EN MISSION

Young & Rubicam, M6, Société Générale, Rentabiliweb ...

MBA
négociation et ingénierie des affaires internationales

Référent
Joselyne Studer-Laurens

OBJECTIFS

L'objectif de cette formation opérationnelle est de permettre aux étudiants d'acquérir :

- Les connaissances indispensables sur l'environnement économique international afin de développer et gérer des affaires à l'international
- Les techniques (commerciales, marketing, financières, juridiques...) indispensables à la négociation et à la gestion des affaires internationales, afin de leur permettre de développer leurs compétences personnelles grâce à des ateliers sur les comportements à l'international, la résolution de conflits et la négociation

DÉBOUCHÉS

- Ingénieur d'affaires à l'international
- Manager de projet à l'international
- Responsable de zone export
- Négociateur international
- Responsable de développement à l'international

Diplômée d'un DEA à Paris X, Joselyne Studer-Laurens est conseiller du commerce extérieur de la France, expert auprès de la Commission Européenne, Président du CTI (Centre de Techniques Internationales)

PROGRAMME

MARKETING ET COMMERCE INTERNATIONAL

Marketing stratégique	• Les concepts clés • L'analyse du potentiel des marchés • Le positionnement concurrentiel • Les différents modèles d'analyse marketing stratégique • Les segmentations clients / produits / circuits / marchés • Les stratégies de communication à l'international • Les différences culturelles et l'acceptabilité des produits
Marketing opérationnel	• Plan d'actions commerciales international • La définition du plan d'actions commerciales international • La mise en oeuvre, le suivi et le contrôle • Les tableaux de bord et ratios
Commercialiser à l'international	• La négociation des termes lors d'une vente internationale • L'origine et les objectifs des incoterms dans l'offre commerciale internationale • Le crédit documentaire
De l'offre au contrat de vente	• Les phases préalables à l'appel d'offres : prospection commerciale, analyse des besoins et élaboration du cahier des charges • La réponse à l'appel d'offres : les points clés de l'offre commerciale, la structuration de l'offre commerciale, les critères de choix, la notion de "mieux disant" • De l'appel d'offres au contrat de vente : les types de contrats, les bonnes pratiques, la finalisation des termes • La mise en place et le suivi
Gérer les réseaux commerciaux	• Organisation d'une commercialisation internationale • Les différents types de réseaux de commercialisation • Mise en place et suivi

FINANCEMENT ET LOGISTIQUE A L'INTERNATIONAL

Management de projets internationaux	• Gestion de projets internationaux : méthodes, pilotage, analyse des écarts • Le contexte des financements export • L'évolution du consensus OCDE • Le rôle du fournisseur dans les financements internationaux • Les méthodes de financement
Négocier les paiements à l'international	• La négociation commerciale et les paiements • Les différents instruments de paiement • Assurer la sécurité des paiements • Les principes des accords de compensation • Les différents intervenants de la compensation • La maîtrise des accords de compensation
Couvrir les risques financiers	• Identifier et couvrir les risques • La couverture de change • Le risque politique et de paiement : le rôle de la Coface • Étude de cas sur les risques financiers
Logistique internationale et transports	• Les transports internes et internationaux • Les différents modes de transport • Les conventions internationales • Le choix du mode de transport • Maîtrise de la tarification et de la taxation • Auxiliaires du transport, organisateurs et commissionnaires : prestations et responsabilités
Optimiser la chaîne logistique internationale	• Les modes de stockage • Pratiques de dédouanement : les différents régimes • La chaîne documentaire export • Maîtriser la logistique pour développer les marges • Gérer les achats à l'international

MANAGER A L'INTERNATIONAL

Les techniques de négociations internationales	• Les différentes typologies des cultures (court terme / long terme, masculin / féminin, droit coutumier / droit écrit…) • Les techniques de négociations internationales • Entraînement et ateliers de simulation
Le management interculturel	• Gérer les différences culturelles dans la conception, l'organisation et les rythmes du travail • Le rapport au temps et le style d'autorité • La distance hiérarchique • Les motivations au travail • Une nouvelle approche : l'intelligence émotionnelle
Stratégies de développement international	• Les différentes options de développement international • Les principales approches méthodologiques • Les principales étapes du développement international • Études de cas

MBA
finance et marchés internationaux

Référents
Joselyne Studer-Laurens & Valérie Dulieu

Diplômée d'un DEA à Paris X, Joselyne Studer-Laurens est conseiller du commerce extérieur de la France, expert auprès de la Commission Européenne, Président du CTI (Centre de Techniques Internationales)

Valérie Dulieu, directeur du 3e cycle et professeur de finance, est diplômée de l'ESSEC et d'un master recherche Panthéon Sorbonne. Elle a effectué une carrière de 20 ans en banque de financement et d'investissement, notamment comme senior banker de groupes du CAC 40 et comme responsable du secteur énergie/ transports.

OBJECTIFS

- Former les étudiants à l'ensemble des techniques financières afin qu'ils puissent développer une carrière dans les métiers de la banque ou de la finance d'entreprise
- Maîtriser les nouveaux produits financiers dans le contexte de la globalisation des marchés
- Former des responsables d'entreprise dominant la complexité croissante des instruments financiers
- Donner aux étudiants la dimension internationale des métiers de la finance, leur apporter une vision claire des niveaux d'intervention

DÉBOUCHÉS

- Métiers de la finance des marchés et de la finance d'entreprise
- Analyse financière, trading, arbitrage, gestion de portefeuille, back-office
- Ingénierie financière, trésorerie et financement d'entreprise

Ces fonctions peuvent se développer aussi bien dans les entreprises à dimension internationale que dans les organismes financiers et de conseil (banques, audit, institutions financières...)

PROGRAMME

MARKETING ET COMMERCE INTERNATIONAL

Analyse financière	• Analyse financière approfondie • Analyse crédit et rating • Consolidation IFRS approfondie
Structure financière	• Choix de financement et stratégies internationales • Analyse des risques de l'entreprise • Évaluation et gestion des risques de l'entreprise : change, taux, matières premières
Marchés actions	• IPO et augmentation de capital • " Private equity funds " et pays émergents • Entrepreneurial finance
Marchés de dettes	• Émissions obligataires, convertibles, titres hybrides • Prêts syndiqués et placements privés • Financements structurés et financements exports
Fusions / Acquisitions	• Marchés des fusions acquisitions • Sélection des cibles, valorisations, due diligence et closing • Intégration : comment créer de la valeur • Restructurations et cessions d'actifs

MARCHÉS FINANCIERS ET INSTITUTIONS FINANCIÈRES

Mathématiques financières approfondies	• Marché interbancaire (cash, forward, futurs, options) • Marché obligataire, risque obligataire, taux révisables, dérivés de crédit • Marché des changes, couverture, gestion de trésorerie, cross currency swaps
Gestion de portefeuille	• Gestion d'un portefeuille d'actions • Stratégies passives • Arbitrages • Recours aux produits dérivés dans la gestion de portefeuille • Opérations de couverture • Options • Gestion de portefeuille internationale • Analyse de la performance • Techniques de gestion alternative
Marchés financiers et réglementation	• Rôle et place dans l'économie • Acteurs des marchés financiers • Instruments et produits échangés • Réglementation des marchés financiers • Innovations financières et stratégies de marché
Risques et marchés financiers	• Analyse micro économique et macro économique des marchés • Asymétrie des risques et distribution • Technique de hedging et ratio coûts / risque • Marchés OTC et dérivés (swaps, climatiques inclus, FRA, CDS, risques de contrepartie) • Options exotiques et produits structurés
Islamic finance	• Les fondements de la finance islamique • Un fort potentiel dans les marchés émergents • Des nouveaux "hedge funds" • Le marché des produits dérivés en pleine effervescence

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- Indépendance des acteurs des marchés de capitaux et rémunérations
- Les agences de notation et la dette publique
- L'ALM dans l'identification et la couverture des risques
- Agences de notation et nouvelles réglementations
- Pratiques de la finance islamique dans la gestion d'actifs
- Couverture des risques de change dans les opérations de M&A
- Gestion des risques de financement des PME sous LBO par les banques
- Les marchés des métaux rares
- Les modèles internes de l'évaluation du risque de crédit dans le cadre des réglementations de Bâle

ENSEIGNEMENTS TRANSVERSAUX

Compétences informatiques	• Excel • Programmation VBA • Initiation Bloomberg, Reuters...
Finance et carrières	• Les métiers • Les acteurs
Autres compétences	• Business and Financial English • Ethique
Histoire économique et histoire de la finance	• Macro économie • Études des grandes crises financières • Matières premières et métaux précieux • Revues d'actualité

EXEMPLES D'ENTREPRISES AYANT ACCUEILLI DES PARTICIPANTS DU MBA SPÉCIALISÉ EN MISSION

AXA IM, Crédit Agricole SA, BNP Paribas, Société Générale, HSBC France, ING France, GDF-Suez, Lyxor Asset Management, Tradition Securities and Futures, State Street, Finance Active...

MBA
gestion et fiscalité du patrimoine

Référent
Marie-Hélène Delage

Titulaire d'un Doctorat en droit fiscal, Marie-Hélène Delage est consultante, spécialiste de la fiscalité de l'outre-mer et des opérations de défiscalisation d'investissements auprès d'entreprises et de décideurs économiques. Elle est également en charge des études et de la veille fiscale auprès d'institutionnels. Elle avait préalablement exercé comme consultante fiscale au sein du Conseil National Supérieur de l'Ordre des Experts Comptables.

OBJECTIFS

- Donner aux participants issus de cursus différents les outils fondamentaux de la gestion patrimoniale dans les domaines du droit, de la fiscalité et de la finance
- Accéder à la connaissance des produits et des techniques d'optimisation indispensables à la pratique du métier de conseil en gestion de patrimoine

DÉBOUCHÉS

- Conseiller en Gestion de Patrimoine Indépendant
- Auditeur dans les techniques de transmission d'entreprises
- Conseiller clientèle en banque privée et gestion de fortune

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX

Le métier de la gestion de patrimoine	• Les métiers et les intervenants • La concurrence des banques • Les enjeux et la rentabilité • Les risques et obligations liés à l'exercice du métier (blanchiment, risques de crédit…)
Les démarches d'approche patrimoniale	• Les éléments du patrimoine • Les différents types d'approche • Les phases de la méthode de diagnostic patrimonial • Les propositions financières et non financières
Détention du patrimoine des personnes physiques	• Les régimes matrimoniaux • Les modes de détention • Le démembrement • La transmission entre vifs • Les successions
Fiscalité des personnes physiques	• La domiciliation fiscale • Les revenus catégoriels professionnels, mobiliers et immobiliers • Les techniques d'optimisation fiscale • L'imposition des revenus de source étrangère
Fiscalité patrimoniale des personnes physiques : l'impôt sur la fortune	• L'évaluation des biens et des dettes • Les personnes et patrimoines imposables, biens imposables ou exonérés • Assiette et plafonnement, bouclier fiscal, vers une réforme de l'ISF ?
Entreprise et patrimoine	• Typologie des entreprises • L'affectation patrimoniale : le cas de l'EIRL • Le cas des immeubles détenus par les entreprises • Les modes d'imposition des bénéfices des entreprises • Les revenus du dirigeant et leur fiscalité • Le financement de l'entreprise : emprunt, capital-investissement, LBO • Les techniques de transmission des entreprises

PRODUITS ET SUPPORTS DE PLACEMENT

La problématique de la retraite	• Typologie des financements • Solutions individuelles et collectives • Aides fiscales
L'immobilier d'habitation et professionnel	• Le régime fiscal de l'acquisition et de la détention • L'évaluation des biens • Les régimes spéciaux • Les droits et taxes attachés à l'immeuble • Le régime juridique des locaux professionnels • L'utilisation des SCI • Les aspects internationaux
L'immobilier locatif	• Les régimes fiscaux • La location meublée, les résidences services et loisir, le viager
L'assurance	• Les différents supports • Cadre fiscal et juridique des supports • Assurance-vie, épargne et transmission
Les marchés financiers	• Le fonctionnement des marchés financiers et les principes de gestion de portefeuille actions et obligataires • La connaissance technique des produits : actions, indices, warrants et trackers, marchés dérivés, forward et options
L'épargne salariale	• Les différents supports • Les stocks options, les actions gratuites...
L'épargne bancaire	• Les comptes à terme, comptes sur livrets, épargne logement, OPCVM et formules mixtes

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- Optimisation de la gestion de patrimoine au sein des institutions bancaires
- Analyse des facteurs conjoncturels dans l'investissement immobilier
- Gestion de patrimoine et optimisation du Produit Net Bancaire
- La nouvelle donne de l'investissement locatif

ENJEUX ET PERSPECTIVES

Les autres produits	• Les opérations de défiscalisation outre-mer • Les placements éthiques et solidaires • L'incitation fiscalité verte • La finance islamique
Les techniques d'évaluation de finance de marché	• Evaluation des instruments financiers • Evaluation des actifs non côtés : immobilier, fonds d'investissement
Les grands axes des stratégies patrimoniales	• Hiérarchiser les objectifs (sécurité, fiscalité, revenus, transmission) et définir une stratégie patrimoniale
Communiquer et conseiller	• La communication interpersonnelle • Conduire un entretien individuel • Diagnostiquer, conseiller et établir une stratégie patrimoniale

EXEMPLES D'ENTREPRISES AYANT ACCUEILLI DES PARTICIPANTS DU MBA SPÉCIALISÉ EN MISSION

BNP Paribas, HSBC, LCL Banque Privée, Crédit Suisse... ainsi que des CGPI.

MBA
achats et logistique

Référent
Marc Lafond

Marc Lafond est consultant, expert en transport international de fret aérien et maritime. Ancien Directeur Produit Express de Danzas France S.A., il est Président de French Freight Professionnals.

OBJECTIFS

- Appréhender l'organisation et l'ensemble des enjeux de la Supply Chain dans le contexte de la globalisation
- Acquérir les compétences techniques en logistique et en système d'informations ainsi que les compétences organisationnelles et transverses en management d'équipe
- Maîtriser les flux matériel, financier et d'information et intégrer les liens entre production, qualité, approvisionnement et service client

DÉBOUCHÉS

- Responsable des opérations supply chain
- Responsable commercial dans une entreprise de logistique
- Manager supply chain dans l'industrie, les services ou la grande distribution
- Consultant achats / logistique

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX

Les achats	• La fonction achat : professionnalisation et grandes typologies • Le marketing achat : veille, sourcing, recrutement • La relation aux fournisseurs • La politique achat cible • La négociation • La " boîte à outils " de l'acheteur international • La négociation interculturelle • Les systèmes d'informations achat, performances et indicateurs
Les transports	• Environnement des flux physiques : les incoterms, le donneur d'ordre • Le choix du mode de transport : les critères de choix, étude et fonctionnement de chaque mode de transport • Le transport international : douanes, TVA et échanges intra communautaires, déclarations • La gestion d'une flotte • Évaluation de la performance • Facturation • Gestion d'un crédit documentaire
La gestion des stocks et des entrepôts	• Entreposage : enjeux et objectifs, analyse des activités et méthodes de travail, présentation des équipements fixes et mobiles, visite d'un centre régional de distribution • Les emballages : emballages de protection et de manipulation, rôle, identification, étiquetage du code à barre à la RFID

LA SUPPLY CHAIN

Pilotage de la supply chain	• Gestion de la production • Gestion des aléas • Gestion des processus • La fonction qualité dans l'entreprise • Mise en œuvre d'une politique d'amélioration • L'univers des normes, comment s'en servir ? • L'audit • Identification des différentes Supply Chain actives • Optimisation de la Supply Chain
Logistique et gestion industrielle	• Le processus industriel lié à un produit • Produits et ressources • Flux et processus • Capacités d'une ressource, d'un groupe de ressources, d'une usine etc • Politique industrielle : les choix, internalisation, externalisation, intégration verticale • Prévisions de la demande • Calcul des besoins et des charges • Systèmes et modèles de gestion de stocks • Amélioration continue : lean manufacturing, kaysen, six sigma • Cycle de vie des produits • Pilotage de la performance : indicateurs et tableaux de bord, contrôle (qualité, assurance qualité, TQM)
Logistique et développement durable	• Optimisation énergétique de l'entrepôt • Choix des modes de transport • e-commerce, e-logistics • Logistique des retours (Reverse logistics) • Visite de sites

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- La maîtrise des approvisionnements auprès de fournisseurs chinois en high tech
- Codification et traçabilité dans l'industrie pharmaceutique : mise en place de Datamatrix
- Organisation logistique dans le domaine hospitalier
- Green logistics : étude de cas d'une entreprise de logistique internationale
- Évaluation de la politique d'achats d'une collectivité locale

LES MUTATIONS

Les systèmes d'informations	• Le rôle des systèmes d'informations dans le fonctionnement de la supply chain • Management d'une équipe informatique (fournisseur ou équipe interne) • Dérouler les flux dans un SI WMS • Audit du système d'informations • Le choix d'un Système d'Informations • Préparer la gestion de projet et la mise en œuvre • L'utilisation de SAP dans le supply chain management
La gestion de projet	• Les 5 étapes de la Gestion de Projet • Planification : Gantt, PERT, CPM • Découpage/lotissement d'un projet • Chronologie d'un projet • Pilotage du projet par ressource • Gestion des risques • Maîtrise des coûts, mesure des écarts de coûts • Indicateurs de pilotage • Démarche Qualité • Communication

EXEMPLES D'ENTREPRISES AYANT ACCUEILLI DES PARTICIPANTS DU MBA SPÉCIALISÉ EN MISSION

Alcatel Lucent, SDV, Mairie de Paris, CHU Sud Francilien, Air France, Lufthansa, GL Trade ...

MBA
conseil en organisation et gestion du changement

Référent
Claude Chalem & Janksy Jarocki

Claude Chalem est consultant en stratégie et management de transition. Diplômé d'un MBA Strategy and International Business à George Washington University, il a commencé sa carrière chez Arthur D. Little, puis il a participé à la création de la filiale britannique de Pramex, filiale de conseil en développement international au sein de BPCE. Il a été membre du Comité de Management Europe chez AT&T Solutions Consulting.

Janksy Jarocki est consultant et formateur. Chef de projet dans un cabinet de conseil et de formation, il est en charge de la conception, de la mise en œuvre et du pilotage de programmes de formation en management des hommes ainsi que de missions de conseil en conduite du changement et de pilotage de projets.

OBJECTIFS

- Acquérir les repères, les modes de réflexion et les principaux outils utilisés par les consultants à la fois pour définir de nouvelles stratégies mais aussi pour mettre en place les stratégies définies et piloter efficacement les projets et la conduite de changement
- Savoir se positionner comme un acteur à forte valeur ajoutée, capable de définir, accompagner et/ou mettre en œuvre les grandes orientations stratégiques
- Développer les compétences relationnelles et stratégiques pour agir sur les enjeux complexes

DÉBOUCHÉS

- Chef de projets
- Consultant junior en conseil stratégique ou en organisation, interne ou externe
- Manager des systèmes d'informations en entreprises ou cabinets de conseil
- Toutes fonctions intervenant sur le pilotage de projets de changement

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX : PENSER LA STRATÉGIE

Le métier de conseil	• Panorama des métiers du conseil et des acteurs • Organisation des cabinets de conseil • Le staffing, l'organisation des RH et le développement de carrière dans le conseil • La déontologie et les obligations liées à l'exercice du métier de consultant
La mission de conseil	• Relation client et relation de partenariat • Rôles et missions par rapport au client • Nature des missions et spécialisation des métiers • Management d'une mission • Relation stratégique de conseil en cours de mission
L'analyse stratégique	• Comprendre la dynamique d'un secteur d'activité • Analyser les Chaînes de valeur • Analyser les compétences et ressources internes • Les différents business models • La création de valeur
Modéliser et piloter l'entreprise	• Business planning • Création de valeur • Impact des opérations de fusions acquisitions • Le pilotage de la performance • La gestion et le contrôle des risques

METTRE EN ŒUVRE LA STRATÉGIE

Les démarches de réorganisation stratégique	• Gérer le changement stratégique et opérationnel par les opérations de fusions-acquisitions • Le management transversal • L'analyse et la réorganisation par les process : le Business Process Reengineering • L'analyse et la réorganisation par les activités : la gestion de projets • Strategic leadership et conseil
Gérer une mission de conseil	• Outils et méthodes d'intervention • Les modèles • La spécialisation des métiers
Gérer les projets	• Étapes de la gestion de projet • Pilotage de projets et phases clés • Outils et templates de gestion de projets
Gérer le changement	• Les différentes approches théoriques : stratégie socio-dynamique, approche psycho-socio-systémique… • Comprendre les résistances au changement • Définir les fonctions et processus concernés par le changement • Élaborer des stratégies de changement • Négocier et gérer des conflits • Le changement comme modèle de management
Impact des nouvelles technologies et des systèmes d'information	• Les principales technologies par typologie d'entreprises • Les systèmes d'information : RH, commercial… • Impacts organisationnels des systèmes d'informations

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- Comment un outil de gestion de contenu peut-il générer l'adhésion compte tenu des contraintes organisationnelles et de confidentialité ?
- L'alignement stratégique pour opérer sur le marché des placements éthiques
- Les fonctions centrales : un mal nécessaire pour améliorer la qualité de service ?
- Implantation d'une plateforme de collaboration virtuelle
- Les stratégies organisationnelles post fusions acquisitions
- Impact du knowledge management au sein des cabinets de conseil

MANAGER DES HOMMES ET DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES

Participer à une mission de conseil	• Les étudiants du MBA Conseil en organisation et gestion du changement sont inscrits à un prix de la stratégie , sous le tutorat d'un professeur académique en stratégie et d'un consultant en stratégie. Cela leur permet de mettre en pratique les enseignements.
Communiquer et conseiller, développer son leadership	• La communication interpersonnelle • Conduire des entretiens individuels ou de groupe • Leadership et organisation • Développer ses compétences personnelles
Présenter, expliquer, convaincre	• Techniques de rédaction • Techniques de présentation orale • Mises en situation (ateliers vidéo..)

EXEMPLES D'ENTREPRISES AYANT ACCUEILLI DES PARTICIPANTS DU MBA SPÉCIALISÉ EN MISSION

CSC Computer Sciences, Viatys Innovation, Study Cape Town (Afrique du Sud), Altran, Astra Zenecca, Mercedes Benz, Société Générale, Thales, Dassault Aviation …

MBA entrepreneuriat et business development

Référent
Stéphane Dugon

OBJECTIFS

- Préparer le lancement et la création pour les porteurs de projets
- Former et accompagner des repreneurs d'entreprise dans la réflexion et le montage de leurs projets
- Développer l'esprit d'entreprendre des managers au sein d'entreprises existantes pour qu'ils puissent créer et développer de nouvelles activités et de nouveaux projets stratégiques

DÉBOUCHÉS

- Porteurs de projets de création ou de reprise d'entreprise
- Toute fonction de direction générale ou de management de PME
- Intrapreneurs et managers d'activité au sein de l'entreprise

Stéphane Dugon a créé en 1998 " CO3 Audit et Expertise " dont il est associé. Il est également fondateur de Global Council (2008), un réseau d'experts du conseil au service de la gestion globale de l'entreprise unis autour de valeurs éthiques. Stéphane Dugon est diplômé de l'Institut Supérieur de Gestion, expert-comptable et commissaire aux comptes.

PROGRAMME

ENTREPRENDRE UN PROJET

La création d'entreprise	• Les enjeux de la création d'entreprise • Le rôle du créateur • Les premières étapes
La reprise d'entreprise	• Le projet de reprise • La recherche de projets • L'analyse des projets de reprise et la valorisation • La poursuite d'activité
L'intrapreneuriat	• Identifier un projet au sein d'une entreprise en fonction de la stratégie globale de l'entreprise • Impliquer les parties prenantes • Obtenir les accords
De l'idée au projet	• L'idée de création • Les méthodes d'analyse des idées • Formuler les idées et les sélectionner • Définir le projet • Les analyses stratégiques • Les stratégies de différenciation • Les analyses par les compétences et les ressources

LANCER ET GÉRER SON PROJET

Etablir une stratégie marketing	• Les études marketing • Le positionnement concurrentiel • La stratégie de communication • Marketing, ventes et business plan
Du business plan au financement	• Les techniques d'analyse financière • Etablir un business plan financier • Les techniques d'évaluation d'une entreprise • La modélisation financière • Les aides à la reprise d'entreprise • Rencontre avec un banquier
Les décisions juridiques et fiscales	• Choisir les statuts et les rédiger • Les considérations juridiques, fiscales et sociales • Les relations entre associés
Le pilotage des premiers mois et réactivité	• Gérer les premières décisions • Les indicateurs • Anticiper les besoins et ajuster • Garder le cap fixé
La gestion de la croissance	• Stratégie, croissance et internationalisation • Le recrutement et la gestion des compétences • Les alliances stratégiques • Manager le changement organisationnel

GÉRER LA CROISSANCE

Stratégie de croissance	• Positionnement marketing à l'international • Stratégie de développement à l'international • Fusions acquisitions, partenariat et délocalisations • Gérer les aspects fiscaux et juridiques de la croissance
Financer la croissance	• Entrepreneurial Finance / Private Equity • Stratégies d'endettement
Manager la croissance	• Comment recruter ? • Gérer les rémunérations

MBA
management des RH et développement des compétences internationales

Référent
Richard Folliot

Richard Folliot est consultant en ressources humaines et manager de transition. Il est diplômé d'un DEA en droit social à Paris X et exerce une activité de conseil, il a été directeur de ressources humaines, directeur des relations sociales et du développement RH, puis directeur général et président de filiale.

OBJECTIFS

- Former les étudiants à la gestion internationale des ressources humaines et au management multiculturel
- Comprendre les enjeux de la GRH à l'international
- Acquérir les outils nécessaires à l'exercice d'une fonction RH dans un environnement international
- Acquérir la capacité de recommandation auprès des directeurs opérationnels

DÉBOUCHÉS

- Responsable recrutement international
- Responsable du développement des carrières et des potentiels
- Responsable formation et fonction RH dans des groupes internationaux
- Management d'équipes internationales
- Knowledge manager

POINTS FORTS

Le programme de ce MBA Spécialisé s'appuie sur **trois piliers :**

- **l'international et la dimension interculturelle**
- **le droit et la fiscalité**
- **l'éthique**

Les séminaires sont assurés par des professionnels des RH en exercice. L'apport de connaissances théoriques est mis en pratique au cours de nombreux cas concrets et d'exercices de mise en situation, qui permettent aux participants de mieux appréhender le management des RH à l'international, ses enjeux et ses défis.

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX

De la fonction personnel à la fonction RH	• Le cadre réglementaire • La fonction RH face aux défis des années 2010 (technologiques, sociaux, réglementaires, économiques) • Le management des RH • Le management RH international • La fonction RH gardienne des valeurs
Le contenu de la fonction RH	• L'administration du personnel • La gestion du personnel et des coûts • La formation • La relation sociale • L'information et la communication • Les conditions de travail • Les normes • Les relations externes • Le personnel mix • Management stratégique de la fonction RH
Management stratégique de la fonction RH	• Les enjeux internationaux • Le droit du personnel à l'international • La logistique de la fonction RH internationale • Les relations sociales globales et les engagements de l'entreprise

MANAGER LES COMPÉTENCES INTERNATIONALES ET MULTICULTURELLES

Le recrutement et l'intégration	• Processus de recrutement • Influence du multi-culturalisme • Recherche de candidatures • Accueil et intégration
La gestion des carrières internationales	• Appréciation des potentiels • Gestion et pilotage des carrières • Les départs • Le cas des expatriés
Les rémunérations à l'international	• La masse salariale • Le salaire • Les périphériques de la rémunération • Les charges sociales
Le management par projet	• Les règles • Le management par projet de fonctionnement

LES MUTATIONS

Qualifications et performances	• Salaires et qualifications • Participation aux résultats et au capital • Développement de l'actionnariat • La politique de rémunération • L'entretien de fixation des objectifs et l'évaluation des performances
La sécurité et l'amélioration des conditions de travail différenciées	• La sécurité • L'action sur les conditions de travail • L'action sur le contenu du travail • Normalisation et équilibre de la sécurité • SA 8000
La gestion différenciée du temps et des performances	• Le temps de travail • Disparités de temps de travail ? • Les zones low cost • Les politiques d'amélioration du temps de travail
Investissement formation local ou global ?	• La politique de formation • Les fondamentaux d'une politique de formation multi-culturelle • L'adaptation à l'emploi • Le développement de compétences • Le suivi de la formation

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- HR as a business partner, creating value
- Comment limiter les risques liés au management d'équipes interculturelles ?
- Pilotage de la RSE au niveau RH dans une entreprise à fort degré de pollution

MBA
management du développement durable

Référent
Ivan Grenetier

Ivan Grenetier est ingénieur civil diplômé de l'école des Mines de Paris et Président du club Mines Environnement Développement Durable. Il est dirigeant fondateur de NUEVOMUND depuis février 2007 (conseil en RSE, environnement, management des risques) après une carrière dans le conseil en systèmes d'informations et management puis dans le management opérationnel de business unit.

OBJECTIFS

- Former les étudiants à la gestion et au management du développement durable dans les entreprises
- Intégrer les dimensions sociales, environnementales et économiques
- Acquérir les outils d'analyse, de pilotage et de management à mettre en oeuvre
- Maîtriser les enjeux et les conséquences d'une politique de développement durable

DÉBOUCHÉS

- Chargé de RSE, chargé de développement durable
- Chargé de communication responsable
- Consultant en développement durable
- Responsable RH diversité

POINTS FORTS

Un programme transversal, permettant de développer de multiples compétences dans un domaine complexe et en pleine évolution. Le MBA Spécialisé Management du Développement Durable permet aux étudiants d'aborder :

- **Les grands enjeux du développement durable et de la RSE**
- **Les applications opérationnelles en entreprise déclinées sur les grandes fonctions du marketing, des achats, de la production, de la R&D, de la finance, des ressources humaines ou des systèmes d'informations**

L'enseignement combine les apports théoriques avec les exposés de cas concrets, les étudiants sont invités à enrichir ces apports par des travaux personnels approfondis.

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Du développement au développement durable	• Émergence et affirmation d'un concept • Enjeux Géopolitiques • Enjeux liés à l'eau • Enjeux liés à l'agro-alimentaire
Le nouveau principe de responsabilité et sa formalisation	• Les principes fondateurs de la RSE et leur évolution • Initiatives incitatives • Le cadre réglementaire de la démarche (sources nationales) • Cadre réglementaire de la démarche (droit)
Intégrer le développement durable dans la stratégie d'entreprise	• Qu'est-ce qu'une entreprise durable et responsable ? • L'éthique • Le filtre décisionnel • Intégration managériale du Développement Durable • Les démarches développement durable

MANAGER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les référentiels de Développement Durable	• Les normes • Les différents types d'audit • Les pratiques territoriales de développement durable • L'organisation de la fonction DD dans une collectivité territoriale
Piloter les actions de Développement Durable	**R&D, Production, Achats et logistique, Immobilier, RH, Finance** • Les actions environnementales: déchets, pollutions, ressources • Dynamique Ecologique • Finance Carbone • Transports et Construction • Discrimination au travail • Relations avec les collaborateurs • Achats responsables • Commerce équitable • ACV et éco-conception • Green IT
Quelle communication ?	• Les attentes des publics de l'entreprise en matière de DD et de respect des engagements • Image et communication dans le DD, pratique du rapport DD • Pratiques du rapport développement durable

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- L'intégration d'une démarche RSE dans les entreprises de hautes technologies
- Les outils de formation et de sensibilisation aux achats durables
- Comment la RSE contribue-t-elle au changement de modèle dans le secteur pharmaceutique ?
- Benchmark des offres ISR dans six pays européens
- Politique de développement durable dans les collectivités locales
- Analyse des retours sur expérience des rénovations de bâtiments : amélioration énergétique et du cadre de vie
- Modélisation de l'avantage concurrentiel de la RSE : cas du marché du recyclage et de la valorisation de déchets
- Pour une meilleure efficience des éco-organismes dans la filière déchets

LES MUTATIONS

Des investissements socialement responsables ?	• Qu'est ce que l'ISR • Micro Finance
Relations avec la société civile	• Relation avec la société civile • Les ONG • L'entrepreneuriat social • Stratégies Bottom of the Pyramid
Gérer le changement	• Gestion du changement et DD • Innovation durable • ROI du développement durable

EXEMPLES D'ENTREPRISES AYANT ACCUEILLI DES PARTICIPANTS DU MBA SPÉCIALISÉ EN MISSION

EcoAct, Factea Durable, Demeter Partners, Croix Rouge, Total, Vinci, Eiffage, Sequovia, SNCF, Ministère de l'écologie, Ministère des Affaires Etrangères, AP-HP...

MBA
management du sport

Référent
Thierry Wendling & Michel Fareng

*Nouveau programme
Prix de l'innovation SMBG

Thierry Wendling est diplômé d'HEC et est le directeur développement du centre de formation du Racing Club de Strasbourg.

Michel Fareng est diplômé d'HEC et gérant de PSM (conseil en marketing sportif et management de personnalités).

OBJECTIFS

- Former les étudiants désirant développer une activité professionnelle dans le domaine du sport
- Donner une vision opérationnelle des activités liées au sport ou au business du sport en tant qu'enjeu économique, financier, social et sociétal
- Professionnaliser la vision du sport en tant qu'activité et fait de société
- Accompagner le développement du sport-business par une professionnalisation de ses managers

DÉBOUCHÉS

- Chef de secteur, commercial dans la grande distribution ou chez les équipementiers
- Chef de produit / chef de marque grande distribution sportive / équipementiers
- Collaborateur au service sponsoring d'une grande entreprise ou d'une collectivité
- Chef de projet évènementiel
- Direction marketing
- Chef de projet agence marketing sportif
- Chef de projet au sein d'un club ou d'une fédération nationale
- Commercial de l'univers du sport (marque, club, agence, régie...)

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT SPORTIF

Les enseignements académiques théoriques	• Économie et finance du sport • Droit du Sport • Sociologie du Sport • Le Sport à l'International
Les entreprises du sport	• Marketing des équipementiers • Gestion Opérationnelle • Le cas PMU
Les entreprises de distribution d'articles de sport	• Gestion d'un centre de profit • Gestion d'une marque • Gestion d'un rayon • Politique Evènementielle • Politique Commerciale • Politique de Communication

SPORT ET ENTREPRISES

Utiliser le sport dans l'entreprise	• Stratégie d'utilisation du sport par une entreprise • Stratégie d'utilisation d'événements sportifs par une entreprise • Gestion d'un évènement • Analyse de cas
Transposer les valeurs et méthodologies du sport à l'entreprise	• Management des Sportifs • Gestion du Stress • Développement Personnel et Champion • Gestion des Conflits • Sport et Santé • Média-training
Sport et médias	• Journalisme Sportif • Gestion d'un Quotidien • Presse Télévisée • Produits Dérivés • Régie • Presse et Internet • Sport, Médias et Marketing • Sport et Internet

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- Intégration des stades de football dans les collectivités locales
- La place des marques distributeurs dans le sport
- Le rôle de la baisse des prix du matériel golfique sur l'évolution du nombre de licenciés

PROJET OPÉRATIONNEL

Rencontres de professionnels	• Ethique et Sport • Paris Sportifs • Gestion d'un stade • Equitation • Rugby • Gestion d'une Fédération • Tourisme sportif
Rencontres terrain	• Visite d'un site de production et recherche • Visite d'un site de presse et production audiovisuelle
Projet opérationnel	• Créer un " Observatoire des bonnes pratiques du sport en entreprise " • Participer à un projet opérationnel avec une entreprise sélectionnée ou un événement sportif

EN PARTENARIAT AVEC

DECATHLON

MBA marketing du luxe

Référent
Jean-Claude Roustant

Jean-Claude Roustant est diplômé d'une grande école de commerce et titulaire d'un DESS en Management (Panthéon-Sorbonne). Il est consultant international, spécialiste du luxe, ainsi que formateur et coach de managers et de dirigeants. Il a exercé des responsabilités de formation et a participé au développement de marques de luxe au cours d'une expérience de 25 ans dans de grands groupes (groupe LVMH, Accor, Ebel). Il a également dirigé une association de marques de haute horlogerie.

OBJECTIFS

- Former les étudiants aux spécificités du marché du luxe
- Développer une stratégie marketing dans un environnement international

DÉBOUCHÉS

- Responsable marketing ou communication dans une entreprise du luxe
- Chargé d'étude
- Responsable création et recherche
- Direction opérationnelle

POINTS FORTS

- Les enseignements sont illustrés par des cas concrets dans de nombreux secteurs du luxe (textile, maroquinerie, joaillerie, horlogerie)
- Intervenants professionnels en exercice dans les différents secteurs
- Visites de sites et rencontres avec des managers

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX

Histoire et économie du secteur	• Spécificités du marché du luxe et du marketing de luxe • Histoire du luxe • Le marché du luxe aujourd'hui et ses perspectives
Comprendre les attentes et les particularités des clients du luxe	• Marchés et clients • Cultures et civilisations • Spécificité de la clientèle haut de gamme et mobilité géographique • Le luxe et la mode • La vente de conseil
Luxury Marketing	• Cycle de vie des produits • Les capteurs de tendances • Le marketing et l'art, spécificités du monde du luxe • Études de marché dans le luxe • Marketing expérientiel • Marketing digital • Stratégies marketing internationales
La communication dans le luxe	• Stratégies de communication • e-réputation des marques • Luxe, art, sponsoring et mécénat • Relations publiques
Marketing sectoriel	• Haute couture et mode • Parfums et cosmétiques • Champagne, vins et alcools • Haute horlogerie et gemmologie • Maroquinerie et souliers de luxe • Les palaces

MANAGER DANS LE LUXE

Les différents acteurs internationaux	• Les groupes internationaux et leurs stratégies • Les acteurs sectoriels • Les outsiders du luxe • Etudes de cas • Présentations et revues de presse
Gérer le produit	• Entre tradition et innovation • Icônes et produits phares • Déclinaisons de marques • Stratégies de gammes • Recherche et innovation • Stratégies de commercialisation
Communiquer dans le luxe	• Les codes traditionnels • Les nouveaux codes du luxe • Choix des médias de communication • Stratégies d'endorsement • Luxury brands and charity
Gérer les réseaux de distribution	• Evolution du retail ; des concepts stores aux global stores et flagship stores • Internet et le luxe • Le merchandising • Les lieux de luxe • Les associations de maisons de luxe
Vendre du luxe	• La relation client • Luxe et rêve • Faire vivre une expérience

EXEMPLES DE THÈSES PROFESSIONNELLES

- Marketing sensoriel et expérientiel dans le luxe
- La formation au service de l'expérience client dans le luxe
- Stratégies de différenciation sur le marché des alcools
- Comment les marques de luxe se sont-elles adaptées au kid marketing ?
- Evolution de la clientèle chinoise dans le luxe : analyse et stratégies de fidélisation d'une clientèle multi-ethnique

LES PERSPECTIVES

Individualisation du luxe	• Un luxe pour moi • L'hyper segmentation et la différenciation • La notion de valeur • La focalisation sur l'individu
L'hyper-luxe	• Au-delà du luxe, quel marché ? • Un luxe invisible, un luxe inaccessible • Le rôle de l'hyper-luxe dans une gamme • Les stratégies spécifiques de l'hyper-luxe
Les nouveaux concurrents du luxe	• Nouveaux acteurs • Nouvelles origines de concurrents • Les nouveaux concepts pour les nouvelles maisons de luxe
Positionnement et stratégies de développement sur les marchés émergents	• Les nouvelles habitudes et les nouveaux besoins • L'adaptation à la clientèle • Faire coexister les différents luxes ? • Asie : Chine, Hong Kong, Taïwan, Corée, Inde, Pays d'Asie du Sud Est • Russie • Brésil et Amérique Latine

EXEMPLES D'ENTREPRISES AYANT ACCUEILLI DES PARTICIPANTS DU MBA SPÉCIALISÉ EN MISSION

Chloé International, YSL Beauté, LVMH, Dinh Van Retail, Marinescence, Montres Dewitt, Le Bon Marché, Sephora, Burberry ...

L'entreprise au cœur de l'ISG

- Le Comité Pédagogique de l'école intègre un collège intégralement composé de représentants du monde de l'entreprise et d'anciens élèves de l'ISG. Des réflexions y sont menées sur les programmes et parcours pédagogiques, afin de répondre aux évolutions du monde de l'éducation et de celui des entreprises.

- 60% des intervenants formateurs et membres des jurys au sein de l'ISG sont des professionnels. Ce qui nous permet de toujours rester en phase avec le monde de l'entreprise.

- La mission de professionnalisation ou stage en entreprise dure six mois. Véritable point d'entrée dans la vie professionnelle, la mission est une application de la spécialisation du MBA.

- Une thèse professionnelle, ou mémoire de recherche appliquée, est préparée dans le domaine de spécialisation choisi, avec le tutorat individualisé d'un enseignant.

- De nombreux événements permettent une rencontre et des échanges entre les étudiants et des professionnels à l'ISG tout au long de l'année : les Cafés Métiers, le Forum Entreprises, les conférences Planète Ouverte, la Semaine Esprit d'entreprendre, les Table-rondes Entreprises...

Un campus urbain et parisien

En contact permanent avec la vie sociale, culturelle, artistique et économique, l'implantation géographique de l'ISG permet aux étudiants de jouir d'un dynamisme et d'une diversité propre à la cité. L'implantation au cœur du pôle économique parisien et les relations privilégiées entretenues par l'ISG avec les entreprises facilitent l'accès des étudiants à des missions et stages en entreprise, puis à des carrières très diversifiés.

Exemples d'entreprises qui recrutent à l'ISG :

MICROSOFT • ARVAL • PECHINEY • SEITA • SOCIETE GENERALE • FRANCE TELECOM • VOLVO • CREDIT AGRICOLE • DECATHLON • KPMG • RATP • MASTERFOODS • HSBC • GENERAL ELECTRIC • TOTAL • CANAL + • VALEO • ERNST&YOUNG • PRICEWATERHOUSE COOPERS • SANOFI • MANPOWER • CARAT • COLGATE-PALMOLIVE • BNP PARIBAS • RENAULT • Mc CANN ERICKSON • UNILEVER • BACARDI MARTINI • FORTIS • THALES • PEOPLE SOFT • EMAP • PUBLICIS • CLARINS ... et de nombreuses autres.

ISG Alumni, un réseau puissant et solidaire

Tous les "Anciens" constituent la communauté ISG et continuent à faire vivre les valeurs dispensées par l'école : entrepreneuriat, ouverture à l'international, créativité et esprit d'équipe.

L'Association des Anciens, ISG Alumni, est une véritable richesse pour l'ISG car aujourd'hui, plus que jamais, appartenir à un réseau vivant et important est un réel atout. En rassemblant et en mettant en contact ses 19 000 membres, ISG Alumni offre à chacun de nombreuses occasions de relations professionnelles ou personnelles.

Les diplômés sont tous très attachés à l'Association, non seulement car elle est la "mémoire de l'école", mais aussi parce qu'elle implique toutes les promotions qui peuvent se retrouver grâce à elle, dans le cadre élargi de la communauté ISG qui comprend l'exécutif de l'école, le corps professoral, les étudiants et les diplômés.

Les missions de l'ISG Alumni

Dans ses statuts, l'Association des Anciens de l'ISG a fixé 5 objectifs principaux :

- Favoriser les relations professionnelles et amicales entre les ISG
- Faciliter l'insertion, le perfectionnement et la progression de ses membres dans la vie professionnelle et aider les ISG en difficulté
- Entretenir et développer des relations avec l'ISG, sa Direction, son Corps Enseignant et ses étudiants
- Mener toutes actions permettant la promotion du Diplôme ISG
- Contribuer au développement de l'enseignement de la gestion.

Ces missions ont pour but de développer le rayonnement et la réputation de l'ISG en France et dans le monde.

Un réseau mondial

L'Association tisse et anime son réseau à travers plus de 30 délégations en France et à l'étranger, véritables ambassades permettant de bénéficier de la puissance du réseau formé par les ISG, même au bout du monde. Une délégation rassemble des ISG dans une zone géographique précise (département, région, pays).

Elles ont un rôle de représentation de l'ISG et d'accueil des nouveaux membres.

Les ISG sont présents sur tous les continents, partout l'ISG Alumni les accompagne et leur permet de se retrouver et d'être ainsi des ambassadeurs efficaces de l'esprit ISG.

Les participants des MBA Spécialisés sont membres stagiaires d'ISG Alumni durant toute leur formation.
Ils bénéficient à ce titre d'un ensemble de services :

- Accès à l'annuaire en ligne des Anciens Elèves (recherche possible par secteur et par entreprise)
- Mise en ligne de leur CV dans l'annuaire, consulté par les cabinets de recrutement partenaires de l'Association et par les professionnels du recrutement
- Accès en ligne aux offres d'emploi exclusives de l'ISG (7 000 offres d'emploi et de stage en France et à l'étranger par an)
- Accès sur rendez-vous à la permanence hebdomadaire assurée par une consultante RH dans dans le cadre d'ISG Alumni
- Accès à tarif préférentiel aux Ateliers Carrière, régulièrement organisés par ISG Alumni
- Accès au rendez-vous mensuels ISG Alumni et aux Clubs professionnels (RH, Finance...) ou thématiques (Rugby, Voile...)
- Réception de la e-newsletter d'information de l'Association

www.isg-alumni.com

ADMISSION MODE D'EMPLOI

Public des MBA Spécialisés de l'ISG

- Les étudiants Bac + 4/+5 diplômés ou en cours d'obtention de diplôme des universités, titulaires de DEA, DESS, Master 1 ou 2, maîtrise, IEP, IUP ou diplômes étrangers équivalents , d'écoles de commerce, médecine, pharmacie, architecture, CAPA, DECF ou équivalent.
- Les cadres expérimentés (5 ans d'expérience professionnelle) souhaitant acquérir une expertise dans la perspective d'un développement de compétences, d'une valorisation de leur parcours professionnel ou d'une réorientation.

Objectifs

Les MBA Spécialisés de l'ISG peuvent répondre à différentes attentes :

- Devenir expert dans un domaine ou secteur, grâce à un renforcement de ses compétences
- Acquérir une double-compétence fonctionnelle et sectorielle
- Se réorienter, grâce à une formation professionnalisante
- Se préparer à une création ou à une reprise d'entreprise

Dates clés

Inscriptions : de février à octobre
Début des enseignements de MBA Spécialisés : fin octobre

Modalités d'admission

La sélection des candidats (déjà diplômés ou en cours d'obtention de leur diplôme) s'effectue de mars à fin septembre selon le processus suivant:

- L'ensemble des dossiers de candidature, incluant CV et lettres de motivation, est étudié par la Commission d'Admission. (Il est possible de télécharger le dossier de candidature sur le site internet)
- Les candidats déclarés admissibles sont ensuite reçus par un jury en entretien individuel. Cet échange permet d'évaluer la pertinence du projet professionnel, la motivation et la personnalité de chaque candidat.
- La décision finale concernant l'admission est communiquée par courrier à chaque candidat au plus tard 15 jours après l'entretien. L'admission pour les étudiants en cours d'études peut être prononcée sous réserve de l'obtention du diplôme.

Les candidatures sont examinées au fur et à mesure de la réception des dossiers complets. Il est donc conseillé de postuler le plus tôt possible.
Les frais correspondant au dossier de candidature sont fixés à 75 euros.
Le dossier de candidature, complété et accompagné des pièces justificatives, est à adresser à :
Service Admission/MBA Spécialisés de l'ISG - 8 rue de Lota - 75 116 Paris

Coûts des études et financement

- Les frais de scolarité pour l'année 2012/2013 sont fixés à 8 780 euros *, payable en trois fois. 770 euros de cotisation, incluant l'adhésion à l'Association des Anciens Elèves de l'ISG et les cotisations Sécurité Sociale, sont également à verser.
- L'organisation des MBA Spécialisés de l'ISG à temps partiel sur 3 jours par semaine (jeudi, vendredi, samedi) permet aux participants de travailler parallèlement (contrat de professionnalisation) ou d'effectuer des stages rémunérés sous convention. Le bureau des stages de l'ISG propose de nombreuses opportunités (plus de 7 000 par an). L'ISG a négocié des tarifs préférentiels pour les prêts étudiants avec certains établissements bancaires. Leur liste peut vous être communiquée sur simple demande.
- Pour les salariés, les frais de scolarité peuvent être pris en charge partiellement ou totalement par le Fongecif ou sur le budget formation de leur entreprise.
- Les demandeurs d'emploi indemnisés au titre de l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE) peuvent, avec l'accord de Pôle emploi et dans le cadre du projet d'action personnalisé (PAP), continuer de percevoir l'ARE pendant toute la durée de leur formation.

*Tarifs valables au 15/02/2012 soumis à d'éventuelles modifications.

Contact

ISG
Service Admission MBA Spécialisés 8, rue de Lota - 75116 Paris

01 56 26 26 11

Des Journées Portes Ouvertes sont organisées régulièrement pour vous permettre de rencontrer les responsables pédagogiques et professeurs référents (Dates précisées sur le site internet).

Suivez l'actualité de l'ISG

www.isg.fr
www.facebook.com/ecole.isg
http://video.isg.fr

LES CURSUS DE L'ISG

L'ISG forme 1 600 étudiants chaque année et propose une vaste gamme de formations adaptées à des objectifs et à des profils différents. Que vous souhaitiez poursuivre vos études, accélérer votre carrière ou vous réorienter après plusieurs années d'expérience professionnelle, des solutions vous sont proposées.

Classes préparatoires

• PREP. ISG (Post Bac)
Deux années de classe préparatoire aux écoles de Commerce pour découvrir, s'accomplir et s'affirmer.
• AFIG (Post Bac+1).
Une année de classe préparatoire à l'ISG pour se réorienter.

International Bachelor (Post Bac)

Trois ans pour se professionnaliser dans le cadre d'un programme international majoritairement anglophone et sanctionné par un double-diplôme, ouvrant la possibilité d'intégrer le programme Master de l'ISG.

Programme Master

• Programme Grande école (Post Bac+2).
Trois ans d'études, en parcours Classique, parcours Multinational ou International Track, pour obtenir le diplôme de l'ISG visé Bac+5 délivrant le Grade de Master.
• Cycle de Management Accéléré (Post Bac+3).
Deux ans de formation accélérée, pour obtenir le diplôme de l'ISG visé Bac+5 délivrant le Grade de Master.
• Cycle de Management Spécialisé (Post Bac+4 ou cadres avec expérience professionnelle).
Seize mois de formation à temps partiel pour obtenir le diplôme de l'ISG visé Bac+5 délivrant le Grade de Master et un titre de spécialisation dans le domaine choisi. 8 filières de spécialisation sont proposées.

MBA

• MBA Spécialisés (Post Bac+4/5 ou cadres avec expérience professionnelle).
Six mois de formation à temps partiel puis 6 mois de stage pour obtenir un titre de spécialisation, acquérir une double-compétence, accélérer sa carrière ou se réorienter. 11 MBA Spécialisés, fonctionnels ou sectoriels, sont proposés.
• International MBA (Post Bac+3 ou cadres avec expérience professionnelle).
Un an de formation à temps partiel et en anglais pour un MBA international généraliste accrédité.

VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)

La V.A.E. permet aux professionnels (Cadres avec expérience professionnelle) de valoriser les compétences qu'ils ont acquises par l'expérience afin d'obtenir le diplôme visé Bac+5 et délivrant le Grade de Master de l'ISG.

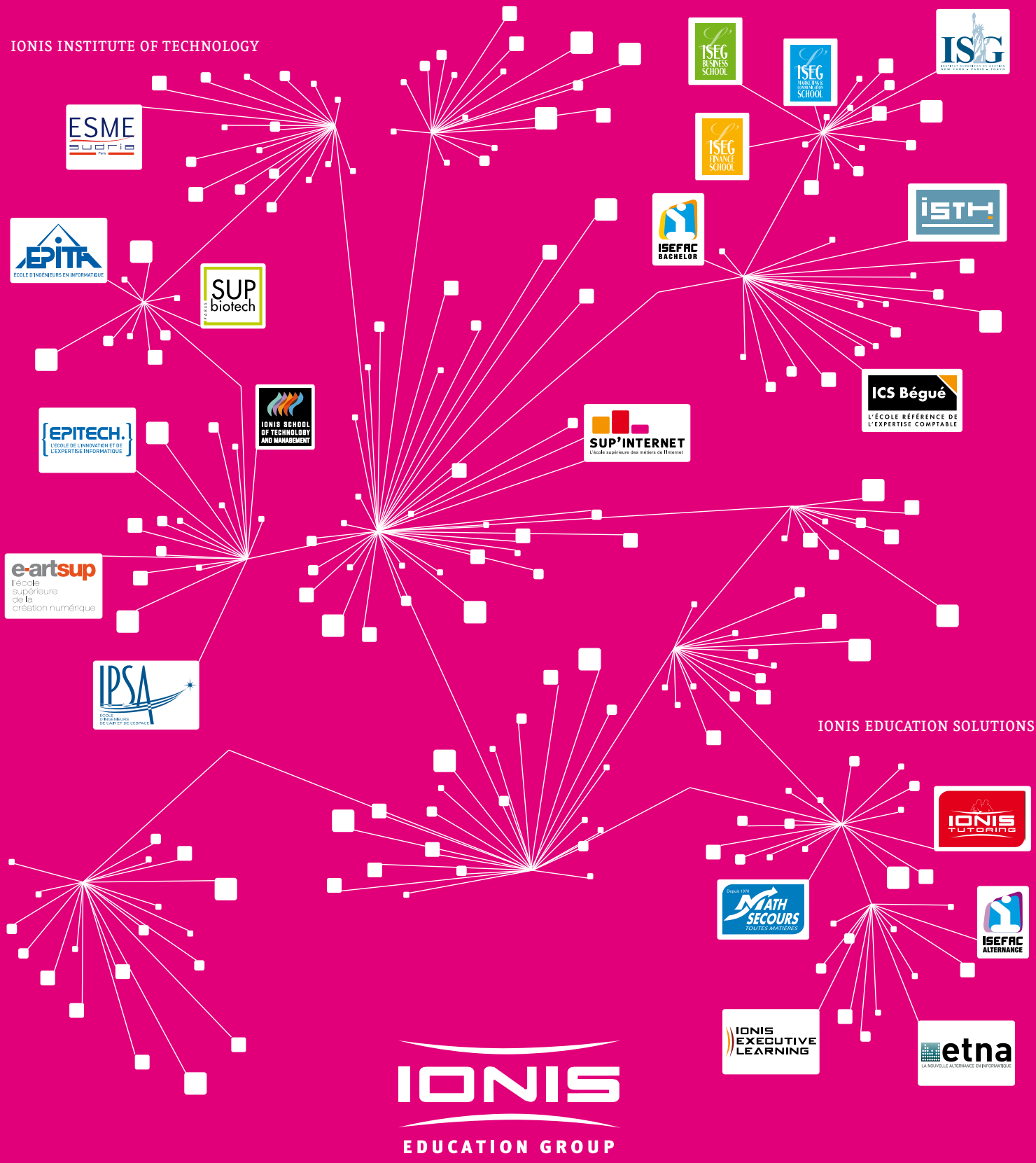
Pour cela, le candidat doit justifier d'au moins 3 ans d'expérience professionnelle en tant que cadre dans un des secteurs couverts par le diplôme (Finance, gestion, RH, marketing...). Il rédige un dossier retraçant son expérience, qu'il présente ensuite devant un jury de V.A.E.

Pour toute information complémentaire ou conseils personnalisés, n'hésitez pas à joindre le Service des Admissions.
› 01 56 26 26 10
› admission@isg.fr
› www.isg.fr

IONIS INSTITUTE OF BUSINESS

IONIS INSTITUTE OF TECHNOLOGY

IONIS EDUCATION SOLUTIONS



IONIS
EDUCATION GROUP

LA NOUVELLE INTELLIGENCE DES ENTREPRISES

IONIS Education Group appuie sa réputation sur le savoir-faire de ses 20 écoles et de leurs 2 000 enseignants, ainsi que sur la réussite de ses 60 000 anciens répartis dans tous les secteurs économiques en France et dans le monde. Depuis 1980, le groupe transmet chaque année ses valeurs : sens de l'entreprise, de l'initiative et de la responsabilité à plus de 17 000 étudiants au sein de ses écoles membres dont l'ISG, l'ESME Sudria, l'EPITA, l'ISEG Group, Epitech, l'ICS Bégué, l'IPSA, e-artsup…

Parce qu'être l[er] groupe de l'enseignement supérieur privé en France suppose un état d'esprit différent.

www.ionis-group.com

INSTITUT SUPÉRIEUR DE GESTION
NEW YORK - PARIS - TOKYO

MBA Spécialisés

ISG - Département MBA Spécialisés
8, rue de Lota - 75116 Paris
Tél. 01 56 26 26 11 ou 01 56 26 26 26
admission@isg.fr

Établissement d'enseignement supérieur privé reconnu par l'État
délivrant le Grade de Master - Diplôme visé Bac+5
Titulaire du statut consultatif de l'Organisation des Nations
Unies pour le Développement Industriel (U.N.I.D.O.)
Association régie par la loi de 1901

L'ISG est accrédité ACBSP
(Association of Business Schools and Programs).
L'ISG est membre de l'EFMD
(European Foundation for Management Development).
L'ISG est accrédité IACBE (International Assembly
for Collegiate Business Education)
L'ISG est membre de l'AACSB
(The Association to Advance Collegiate Schools of Business)
L'ISG est membre de CLADEA
(Consejo LatinoAmericano de Escuelas de Administración)

www.isg.fr

Cette école est membre de IONIS

IONIS Education Group appuie sa réputation sur le savoir-faire de ses 18 écoles et de leurs 2 000 enseignants, ainsi que sur la réussite de ses 60 000 anciens répartis dans tous les secteurs économiques en France et dans le monde.

Depuis 1980, le groupe transmet chaque année ses valeurs - sens de l'entreprise, de l'initiative et de la responsabilité - à plus de 17 000 étudiants au sein de ses écoles membres dont l'ISG, l'ESME Sudria, l'EPITA, l'ISEG Group, Epitech, l'ICS Bégué, l'IPSA, e-artsup...

Parce qu'être le 1er groupe de l'enseignement supérieur privé en France suppose un état d'esprit différent.

La nouvelle intelligence des entreprises.
www.ionis-group.com

Établissement privé d'enseignement supérieur reconnu par l'État - Document non contractuel - Imp 02/2012 - Cette brochure a été imprimée sur papier Satimat, certifié FSC sources mixtes, Usines ISO 9001 et ISO 14001.